

ABSTRAKSI

Judul : STRATEGI PEMASARAN PRODUK HARIAN UMUM SUARA MERDEKA PADA PT. SUARA MERDEKA PRESS SEMARANG
Nama : Setya Budhi Nugroho
NIM : D0G005371
Jurusan : Pemasaran

Persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat sejalan dengan perkembangan dunia dimana semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Suara Merdeka adalah salah satu surat kabar harian di Jawa Tengah yang dimana tidak hanya menyajikan suatu informasi atau berita lokal, namun juga sebagai media periklanan. Iklan sebagai suatu komoditas bagi Suara Merdeka membutuhkan suatu strategi pemasaran yang dijalankan melalui program-program untuk pencapaian tujuan dan pemuas kebutuhan konsumen.

Dalam penulisan penelitian ini, metodologi yang digunakan adalah metodologi penelitian deskriptif yaitu penulisan yang berisi pemberitaan tentang suatu obyek sebagaimana adanya pada waktu tertentu.

Untuk mencapai tujuannya, perusahaan menentukan strategi pemasaran berupa strategi produk, strategi penentuan harga, strategi distribusi dan strategi promosi.

Volume penjualan Harian Umum Suara Merdeka pada tahun 2003-2007 selalu mengalami fluktuasi, Karena dapat diketahui pada tahun 2004 merupakan volume penjualan tertinggi sebesar 352.690 eksemplar atau 49,46%, sedangkan penurunan terbesar terjadi pada tahun 2006 sebesar 231.413 eksemplar atau 28%.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Suara Merdeka Press Semarang kurang efektif karena volume penjualan dari tahun 2003-2007 masih mengalami fluktuasi dan belum mencapai target penjualan.

Adapun saran yang diberikan adalah PT. Suara Merdeka Press Semarang dapat mempertahankan hubungan dengan perusahaan Koran pesaing, menambah agen, kegiatan promosi ditingkatkan dan isi berita disesuaikan dengan kondisi yang ada.